BAB IV

ANALISIS KERJA IDEOLOGI DALAM PRAKTIK KOMODIFIKASI AGAMA MELALUI SUBJEK *HABAIB*

Sebagai ujung akhir kajian, bagian ini akan membahas terkait analisis bagaimana ideologi bekerja dalam praktik komodifikasi agama melalui subjek *Habaib* menurut Slavoj Žižek. Dan sebagai jawaban dari rumusan masalah kedua, pembahasan ini akan dimulai dengan melihat kembali situasi yang terjadi dan dialami oleh *Habaib*, juga berbagai macam bentuk respons mereka terhadap upayanya dalam membangun kembali hubungan kesatuan primordialnya dengan Islam. Secara lebih spesifik, situasi yang akan dilihat dari kondisi *Habaib* yang telah disajikan dalam Bab Tiga adalah situasi bimbang yang kini membayangi kehidupan mereka, serta kecenderungan mereka untuk selalu menjelaskan kepada *Liyan* tentang dorongan dalam diri mereka.

A. *Habaib* dan Tindakan sebagai Ideologi

Konsep ideologi sering dipahami secara berbeda-beda, baik dipahami oleh masyarakat umum, maupun dipahami oleh kaum ilmuwan. Walaupun terkadang ideologi dianggap sebagai sebuah bentuk kesadaran palsu, namun terkadang ideologi juga begitu dipuja layaknya agama. Ideologi berkembang seiring dengan berjalannya waktu serta dengan munculnya pemikiran dari filsuf-filsuf yang berasal dari zamannya masing-masing. Historisitas term ideologi berkaitan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan berbagai macam segi seperti politik, sosial, budaya, serta ilmu pengetahuan.

Seiring dengan berkembangnya budaya kontemporer yang disertai dengan berkembangnya pula permasalahan ketimpangan dan ketidakadilan terkait dengan semakin derasnya gelombang objektifisasi kapitalistis dalam segala lini kehidupan masyarakat, pemikiran sosial kritis pun semakin dituntut untuk menyediakan kerangka konseptual yang mampu mengimbangi dan mempertahankan subjektifitas masyarakat. Kondisi yang demikian ini menjadikan berbagai kerangka ilmu sosial-kemanusiaan kehilangan landasan yang kuat untuk mempertahankan ide tentang agensi di tengah arus kapitalisme global, yang tentunya ini tidak terlepas begitu saja dari pengaruh pemikiran post-strukturalisme yang tak lagi mempercayai kemengadaan subjek. Dalam situasi yang demikianlah Žižek hadir dengan ide subjek politik radikalnya. Dengan mempertemukan psikoanalisa Lacanian bersama tradisi Marxis dan menaruh keduanya dalam tataran filsafat melalui logika dialektis Hegelian, Žižek telah membangun gagasan tentang ideologi dan subjek politik yang bahkan melampaui pandangan Marxisme itu sendiri.[1]

Sejalan namun sedikit berbeda dengan emansipasi politik Laclau Moufee yang berkomitmen untuk membangun gerakan demokrasi plural-radikal melalui "rantai persamaan" (*chain of equivalence*) dalam suatu "medan politik", Žižek lebih fokus pada berbagai ragam subjektifitas dalam dunia kontemporer, sembari menarik kembali ide tentang subjek politik hingga pemaknaan yang radikal

[1] Robertus Robert, *Manusia Politik: Subyek Radikal dan Politik Emansipasi di Era Kapitalisme Global Menurut Slavoj Žižek* (Tangerang: Marjin Kiri, 2010), 1-7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melalui perspektif Lacanian sebagai subjek yang *lack*. Dari sanalah Žižek selanjutnya merekonstruksi pengertian tentang ideologi yang dimulainya dengan melakukan evaluasi terhadap teori ideologi Althusserian.

Bagi Althusser, ideologi selalu merupakan ideologi penguasa yang bekerja melalui apa yang digagasnya dengan konsep *Ideological State Apparatus* (ISA). Ideologi merupakan kekuatan yang dimaksudkan untuk membentuk subjek melalui *overdeterminasi*, atau dengan cara memasukkan subjek ke dalam golongan yang disapa (*hail*) atau diakuinya. Inilah subjek dalam pandangan Althusser, bahwa "subjek selalu merujuk pada sistem pemaknaan di luar dirinya". Individu barulah bisa disebut sebagai subjek setelah ia terinterpelasi, terpanggil oleh ideologi sehingga menjadi "subjek konkret" dari ideologi penguasa.[2]

Pada saat yang sama, pengalaman menjadi subjek ini juga menghasilkan suatu kondisi yang disebut "salah mengenali" (*misrecognition*), sehingga apa yang selanjutnya hilang dari subjek masyarakat adalah *being* yang sebenarnya. Pandangan inilah yang selanjutnya menempati posisi penting dalam tradisi pemikiran madzhab Frankfurt, bahwa realitas masyarakat itu tak mungkin mampu mereproduksi dirinya sendiri tanpa dukungan dari ideologi. Žižek memandang ini sebagai paradoks, karena pandangan ini sama halnya dengan mengatakan bahwa subjek atau masyarakat mampu mereproduksi dirinya hanya ketika ia berada pada kondisi "kesalahan dalam mengenali" realitasnya. Dengan demikian *being* sesungguhnya dari subjek pun menghilang, atau hadir dalam bentuk lain.[3]

---

[2] Ibid., 101.
[3] Slavoj Žižek, *The Sublime Object of Ideology* (London: Verso, 1989), 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berangkat dari evaluasi itu dan dengan menggunakan kerangka identifikasi Lacanian, Žižek secara radikal menegaskan bahwa hal terpenting yang harus dilihat dalam kerja ideologi adalah fantasi. Untuk itu ia telah memberikan suatu pemahaman bahwa kritik klasik atas ideologi yang berpijak pada frasa terkenal Marx yang berbunyi "*they do not know it but they are doing it*", bahwa ideologi adalah suatu kesadaran palsu (*false consciousness*) tidak lagi bisa diberlakukan, karena *false* yang merupakan kesalahan dalam mengenali realitas tak lain adalah realitas itu sendiri.

Dengan mengutip Peter Sloterdijk, Žižek mengajukan bahwa yang terjadi adalah "*they know very well what they are doing, but still, they are doing it*",[4] bahwa ilusi ideologi bukan terletak pada level pengetahuan (*knowing*) atau pemahaman subjek akan realitas, melainkan pada level tindakan (*doing*) subjek. Seseorang bisa benar-benar memahami apa yang sesungguhnya ia lakukan (bahkan hingga resiko buruk atau kesalahan-kesalahannya), akan tetapi ia bisa tetap melakukannya. Kondisi itu disebabkan dalam aktivitas sosialnya, ia telah dipandu oleh ilusi fetisistik.[5] Inilah yang sebenarnya tidak ia pahami, yaitu bukan apa yang ia lakukan, melainkan apa yang membuatnya melakukan itu. Žižek menyebutnya dengan fantasi ideologis, bahwa level fundamental dari ideologi bukanlah ilusi yang menutupi kebenaran dari ralitas sosial, melainkan adalah fantasi yang menstrukturkan realitas sosial itu sendiri.[6]

Bagi Žižek, ideologi merupakan sesuatu yang lebih dari sekedar seperangkat elemen-elemen yang berbeda yang dibentuk oleh titik simpul tertentu,

[4] Ibid.
[5] Ibid., 28.
[6] Ibid., 30.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau sekedar formasi diskursif yang meliputi ketidaklengkapan dan ketidak-mungkinan masyarakat. Berbeda dari keduanya, fantasi ideologi adalah sesuatu yang bekerja sebagai alat yang mengatur kenikmatan (*jouissance*) dalam kehidupan masyarakat, dalam artian bahwa kenikmatan yang sebelumnya selalu terepresi mampu diraih kembali melalui jalur fantasi. Fantasi adalah titik kenikmatan yang eksesif dan irasional, namun mampu membuat masyarakat merekonstruksi kehidupannya, menjelaskan ketidaklengkapannya dengan cara menjanjikan dan menghasilkan kenikmatan.[7]

Ini memberikan pemahaman bahwa masyarakat yang mengalami kesalahan dalam mengenali realitas dan kehilangan kondisi keberadaan sesungguhnya itu pun memperoleh keutuhannya dari fantasi. Dengan demikian, kondisi kehilangan itu sendiri merupakan keharusan atau syarat bagi subjek untuk sampai pada tataran ideologis, bahwa subjek akan mampu melahirkan fantasi hanya jika ia telah mengalami *overdeterminasi* penguasa atau secara Lacanian adalah momen kastrasi bahasa, dan menyebabkannya menjadi subjek yang kehilangan. Maka jika hal terpenting yang harus dilihat dari kerja ideologi adalah fantasi, lantas pertanyaannya adalah bagaimana fantasi itu bisa ditangkap dan dipahami? Pertanyaan tersebut pun menghadapkan pembahasan tentang ideologi pada apa yang dikatakan Lacan sebagai *symptom*, yaitu realitas yang bisa ditangkap dan dibaca sebagai representasi dari sesuatu yang jauh terpendam dalam kehidupan masyarakat. Menurut Žižek, inti ajaran Lacanian menekankan

[7] Jodi Dean, *Žižek's Politics* (New York: Routledge, 2006), 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

symptom sebagai hal terpenting untuk dipahami secara mendalam, karena dari interpretasi *symptom*-lah semua kerja psikoanalisa dimulai.[8]

Jika ideologi bekerja bukan pada tataran pengetahuan (*knowing*) melainkan pada tataran sikap atau perbuatan (*doing*), hal pertama yang harus dilihat dari ketiga *Habib* tersebut adalah sikap atau perbuatannya. '*Doing*' di sini tak lain adalah bahasa realitas. Ceramah-ceramah atau segala aktivitas dakwah yang mereka lakukan dalam menjalani hidup kesehariannya tidak mungkin diandaikan begitu saja sebagai keberlangsungan yang niscaya tanpa didasari oleh dorongan tertentu sehingga mengarahkan geraknya pada tujuan tertentu. Dengan kata lain, segala aktivitas dakwah mereka itulah bahasa realitas, itulah *symptom*: gejala-gejala sosial patologis yang merujuk pada konten terdalam dari keberadaan mereka. Dan itu terjadi karena ketiga *Habib* tersebut selalu digerakkan oleh dorongan ketaksadaran untuk merepresentasikan dirinya secara metaforikal melalui segala aktivitas dakwahnya dalam tatanan *The Symbolic*. Itulah Ideologi.

Menurut Žižek, ideologi dalam bentuk termutakhirnya telah menjadi sebuah kesadaran yang tidak mampu lagi dipandang sebagai sesuatu yang asing oleh subjek. Ideologi bukan lagi pandangan-pandangan yang keberadaan eksternalnya dalam bentuk dogma atau peraturan administratif. Ia adalah nilai-nilai dan kenyataan-kenyataan umum yang telah dipandang lumrah adanya. Karena bagi Žižek fungsi ideologi sendiri adalah memberikan subjek skenario fantasi bagi hadirnya keadaan sosial ideal. Singkatnya, ideologi memberikan visi

[8] Slavoj Žižek, *The Sublime Object*, 74.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagi subjek kepada suatu tatanan masyarakat ideal yang tidak ada dalam realitas. Misalkan, masyarakat yang adil, damai, makmur dan sejahtera.

B. Membaca Ideologi dan Memahami Komodifikasi Agama

Ideologi bekerja dengan cara membuat manusia tidak mengetahui apa yang mereka lakukan. Sama halnya dengan ketidaktahuan terhadap realitas yang dihadapi. Dari sini dapat dipahami bahwa di satu sisi ada realitas dan di sisi yang lainnya terdapat pemahaman tentang realitas tersebut dalam berbagai bentuk yang telah terdistorsi. Maka muncul interpretasi terhadap *symptom* yang menyembunyi-kan keutuhan dari realitas yang sebenarnya, dan pada akhirnya ideologi dipahami sebagai kesadaran palsu. Permasalahannya ialah pada masa sekarang, ketika subjek telah mengetahui realitas yang sedang mereka hadapi tetapi subjek tetap saja melakukan kepalsuan dan menganggap bahwa apa yang mereka ketahui adalah keadaan yang tidak patut dilakukan, maka ideologi tidak lagi dipahami sebagai kesadaran palsu, melainkan bentuk apatis dari pemahaman subjek. Inilah apa yang disebut Žižek sebagai *Cyniscism*/sinisme, sebuah bentuk ideologi baru yang berada pada budaya popular.

Menurut Žižek, di balik segala pergerakan aktivitas sosial masyarakat, baik itu praktik keagamaan tertentu akan selalu terdapat sesuatu yang tersembunyi dan tak disadari, yang justru itu menjadi faktor pendorong atas segala bentuk formal tindakan yang dipilih. Itulah ideologi. Žižek melihat ideologi sebagai suatu kekuatan pendorong yang berada di luar bahasa (*unconsciousness*) dan membentuk masyarakat dengan bahasa, dengan kata lain ideologi adalah ‘medan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perjuangan ketaksadaran'. Dalam konteks pembahasan ini, "dakwah" sebagai medan ideologi atau medan perjuangan ketaksadaran pun tidak bisa dipahami semata secara material sebagai sebuah kawasan dimana terdapat pelaku yang bernama *Habib*, serta berbagai macam bentuk praktik keagamaan yang mereka jalankan.

"Dakwah" di sini adalah sebuah lokus dimana setiap kepentingan dari ketaksadaran menunjukkan dirinya melalui bahasanya masing-masing. Artinya, sebagai medan ideologi, "dakwah" menempati posisi sebagai tatanan *The Symbolic*, dimana 'perjuangan ketaksadaran' itu hanya dimungkinkan menunjukkan diri dan menyatakan kepentingannya dengan membungkus dirinya menggunakan bahasa. Dengan demikian sebagai medan ideologi, "dakwah" pun tak lain adalah medan bahasa, bahasa ideologi, yang pada dasarnya mengalami kekurangan (*lack*). Ia membuat—seperti yang Žižek katakan—pesan dari ketaksadaran selalu akan menemukan dan sampai pada alamat tujuannya, namun pada saat yang sama ia juga selalu melakukan kesalahan, karena setiap kali pesan itu sampai, seketika itu juga selalu ada yang terlupa untuk diturutsertakan dalam penyampaiannya. Demikianlah "dakwah" sebagai medan bahasa, medan yang mempertemukan *Habib* dari berbagai bentuk 'perjuangan ketaksadaran' yang selalu akan menderita kekurangan abadi. Pada titik inilah *Habib* hadir sebagai bahasa, sebagai metafor, sebagai *symptom* dari apa yang disebut sebagai ideologi. Ideologi tersebut peneliti sederhanakan sebagai praktik "komodifikasi agama", sebagaimana yang ditekankan Žižek sendiri bahwa ideologi adalah *tindakan*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk lebih jelasnya saya akan merinci pembahasan praktik komodifikasi ini berdasarkan ketiga *Habib* tersebut.

Pertama, secara sosiologis, pengajian shalawat yang dilakukan Habib Syekh merupakan bentuk praktik "komodifikasi agama", yaitu mempertukarkan nilai guna dan jasa menjadi nilai harga. Kriteria komodifikasi ini terlihat dari fenomena-fenomena yang telah terjadi dalam proses pengajian shalawatnya dengan *Ahbabul Musthofa*. Dimana sampai hari ini dia telah sukses menelurkan lebih dari sebelas album solonya.[9] Memang berdasarkan telaah isi lagu-lagunya, sebagian besar diambil dari tiga kitab yang menjadi dasar tradisi shalawat: al-Barzanji, al-Diba'i, dan al-Burdah. Beberapa lagu juga diambil dari album-album "Cinta Rasul" Sulis dan Hadad Alwi, serta lagu ulama lainnya seperti Gus Dur dan Habib Luthfi, dan lainnya. Sehingga, shalawat yang dikembangkan oleh Habib Syekh adalah proses reproduksi dari lagu-lagu sebelumnya.[10] Namun tidak bisa dipungkiri lagi bahwa perubahan praktik shalawat yang dilakukan Habib Syekh dan jama'ah *Ahbabul Musthofa*-nya, meminjam istilah Pattana Kitiarsa, disebut sebagai "komodifikasi religius" (religious *commodification)*[11] atau komodifikasi Islam, di mana simbol-simbol dan nilai-nilai Islami yang sakral telah dikomersialisasi dijadikan sesuatu yang profan untuk mendapatkan untung.

Tidak hanya itu pengajian Akbar yang biasa dilakukan Habib Syekh dan jama'ah *Ahbabul Musthofa*-nya diberbagai daerah juga telah menjadi sebuah ritus pemanfaatan bagi para pedagang, tukang pakir, penyedia transportasi, para

---

[9] Dikutip dari website: https://www.academicindonesia.com/biodata-habib-syech-abdul-qodir-assegaf/, pada jam 16.30 WIB, 15 Juni 2017.
[10] Ibid.
[11] Periksa Pattana Kitiarsa (ed.), *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods* (London: Routledge, 2008), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penyedia jasa penyewaan fasilitas panggung, pengusaha *catering*, pengusaha distro sampai para elit politik pemerintah untuk mendapatkan untung. Dengan kata lain agama dan pasar telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam arena pengajian tersebut. Jika selama ini agama dan pasar merupakan dua hal yang selalu dipertanyakan di dalam wilayah agama, maka dalam ruang pengajian Habib Syekh ini, pengajian shalawatnya sebagai wilayah agama (tempat pelaksanaanya) telah menjadi arena pasar transaksi kepentingan ekonomi atas nama pengajian. Meski pengajian yang dilakukan Habib Syekh memiliki fungsi untuk menumbuhkan spiritualitas, namun pada saat yang sama juga dijadikan sebagai alat untuk kepentingan ekonomi yang dikemas secara Islami.

Kedua, Dewasa ini dakwah bisa dilakukan dengan cara-cara populer seperti konvoi, publikasi melalui media massa, bahkan melalui pembuatan album bernuansa islami berisi lagu-lagu religi, qasidah, zikir ataupun wirid. Dengan demikian, penyebaran nilai-nilai Islam bisa dilakukan dengan berbagai cara. Dakwah jenis ini banyak dilakukan oleh majelis *Nurul Musthofa*. Melalui budaya populer, Habib Hasan sekarang telah memiliki banyak pengikut, khususnya dikalangan pemuda-pemudi Jakarta.

Kita dapat melihat bahwa metode dakwah yang paling populer dilakukan majelis MTNM adalah konvoi yang dipimpin Habib Hasan sebelum pengajian. Majlis ini juga memiliki website resmi berisi informasi lengkap tentang berita-berita dan video pengajian MTNM. Selain itu majelis ini juga memiliki akun jejaring sosial yang kerapkali memberikan info seputar kegiatan-kegiatan MTNM. Juga album kompilasi berisi lagu-lagu qasidah, shalawat, zikir, wirid, dan lainnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.1 (Alamat Media Sosial *Majlis Taklim Nurul Musthofa* (MTNM) Habib Hasan bin Ja'far Assegaf)

Tidak hanya itu MTNM juga berdakwa dengan menjual produk dakwahnya di outlet resminya, diantaranya; buletin, kaset, DVD/CD, poster, sorban, gahru, jubah, jaket, dan sebagainya. MTNM juga mengadakan kerjasama publikasi dengan traffic light Badan Lalu Lintas Kepolisian DKI Jakarta. Bekerja sama juga dengan profit sharing Radio Alaika salam (RAS) FM dengan frequensi 95.50 yang berlokasi di Jl. K.H Syafi'ie No. 21A Tebet Jakarta selatan. MTNM juga bekerjasama dengan operator Axis, dengan penjualan komunitas RBT ponsel (Nurul Musthofa Majelis yang baik).

Memang budaya populer ini merupakan kreasi dari budaya konvensional yang sifatnya terdapat unsur komersialitas. Namun sebaliknya, ia juga mampu menciptakan suatu inovasi yang mengikuti arus zaman. Ulama konvensional mungkin tidak terpikir untuk menggunakan teknologi masa kini sebagai salah satu media dakwah, tetapi Habib Hasan dan MTNM-nya memanfaatkan fasilitas tersebut untuk menggemakan syi'ar Islam. Atas dasar tersebut, maka tidak bisa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dipungkiri lagi bahwa dakwah yang dilakukan Habib Hasan beserta MTNM-nya telah mengalami "komodifikasi agama", dimana simbol-simbol dan nilai-nilai agama dikomersialisasi untuk mendapatkan untung.

Memang suatu inovasi pasti menuai pro dan kontra. Fakta ini juga berlaku juga pada Habib Hasan dan MTNM-nya, dakwah melalui budaya populer yang telah dilakukan ini di satu sisi mampu menarik minat ribuan umat untuk membelenggu nafsu sehingga majelis ini ramai dikunjungi jama'ah. Namun di sisi lain giat mengkampanyekan pembebasan hasrat dengan mengajak membeli produk-produk kapital yang dipermak sedemikian rupa agar terlihat lebih syar'i dan Islami.

Ketiga, pada pembahasan sebelumnya sudah peneliti jelaskan bahwa dakwah Habib Taufiq belum puas dengan cara konvensional, beliau pun mendirikan sebuah majalah dakwah yang bertajuk *Cahaya Nabawiy*. Sebuah terobosan dalam berdakwah yang kretaif dan efektif pada umat di berbagai penjuru wilayah tanah air. Majalah ini bentuknya mungil sebagaimana majalah Islam lainnya. Namun di balik kemungilan majalah ini, terkandung isi yang menarik dan sarat dengan ajaran agama, sehingga amat wajar bila majalah ini mempunyai pangsa pasar yang tersebar di tanah air.

Awalnya mereka hanya menerbitkan sekitar 300 ekslempar, namun melihat perkembangan dan permintaan pembaca yang kian meningkat, lambat laun jumlah ekslempar terus ditingkatkan. Jumlah majalah *Cahaya Nabawiy* kini telah mampu menembus pasar hingga 11.000 eksemplar tiap kali terbit. Habib Taufiq juga memiliki bisnis jasa pariwisata Islam yang diberi nama *Mihrabtours*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Yang menawarkan paket Haji dan Umroh yang bisa dilakukan kapan saja sepanjang tahun lengkap dengan varian produknya. Jasa ini juga menawarkan paket jalan-jalan ke situs-situs Islam di Timur Tengah, seperti ke Istambul.

Dari sedikit keterangan diatas dapat diketahui bahwa dakwah yang dilakukan Habib Taufiq lewat majalah *Cahaya Nabawiy* dan tambahanya *Mihrabtours* sudah terkategori dalam praktik "komodifikasi agama", sebagaimana yang diklaim oleh banyak akademisi, agama telah terkomodifikasi dan menjadi sesuatu yang bisa "dikonsumsi". Namun bukan berarti hal ini "buruk" atau agama telah kehilangan "ruh" karena dijual, karena dalam batas tertentu hal tersebut memiliki sisi positifnya yakni menyebarkan kebaikan yang terinspirasi dari nilai-nilai Islam.

Kembali ke Žižek, seperti yang sudah peneliti jelaskan sebelumnya, bahwa Ideologi selalu bekerja dalam *The Symbolic*, sebab ia pada dirinya adalah bahasa. Karena ketiga *Habib* tersebut telah terperosok dan berada dalam *The Symbolic*, maka pada saat yang sama ia tidak dapat menghindari suatu kerja ideologi disana. Kenyataan tersebut terkait erat dengan proses identifikasi yang disediakan oleh ideologi *Liyan*, karena bagaimanapun juga ketiga *Habib* tersebut mau tidak mau sudah tidak bisa lepas dari kungkungan ideologi kapitalisme kontemporer yang terus berlangsung hingga hari ini. Sebab ideologi pada tingkatan termatangnya—sudah tidak dipandang atau digunakan—sebagai sebuah ideologi lagi. Maka ia telah berubah menjadi seperangkat kesadaran kita lengkap dengan ilai-nilai yang ada di dalamnya dan menjadi sebuah *common sense*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kehadirannya dalam diri subjek tidak lagi disadari. Dengan begitu, proses dakwah yang berbaur dengan pasar tidak mungkin dilepaskan dari ideologi dominan itu. Jadi, dengan konseptualisasi semacam itu, paling tidak terdapat jenis ideologi baru yang harus dihadapi oleh umat Islam Indonesia, yaitu "komodifikasi agama" dan *Habaib* sebagai agennya. Jika Žižek mengatakan pergi dan minum kopi di Starbuck adalah ideologi, maka ketika *Habaib* tersebut berceramah dan para jama'ah mendengarkan ceramahnya juga adalah ideologi.

C. *Habaib* sebagai Objek *Fetish*

Konsep tentang fetis pertama kali diajukan oleh Charles de Brosses pada tahun 1760. Ia memakainya untuk menunjukkan praktik agama primitif yang melibatkan pemujaan terhadap objek natural tertentu, seperti batu, hewan ataupun pohon. Konsep fetisisme menjadi sangat lekat dengan Karl Marx melalui istilah *commodity fetishism* (fetisisme komoditi). Marx memakainya untuk menjelaskan situasi hubungan sosial dalam masyarakat kapitalisme yang selalu diperantarai oleh objek komoditas. Menurut Marx, uang adalah objek fetis yang memiliki nilai komoditas pada dirinya. Ia menjadi standar nilai komoditas untuk dipertukarkan dengan komoditas lainnya agar menghasilkan surplus nilai. Uang menjelma menjadi alat mediasi atas setiap realitas material dan menjadi penyetara universal atas nilai. Ia adalah sebuah kekuatan simbolik yang tereduksi dalam bentuk hubungan langsung antara individu.[12]

[12] Nur Ani Br Tanggang, "Fetisisasi gaya hidup hijau dalam masyarakat kapitalis" (Tesis, Universitas Sanata Dharma, 2017), 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagi Marx, relasi sosial pada masa pra-kapitalisme (feodal) berlangsung dengan lebih jelas. Namun pada masa ini hubungan masyarakat dialami sebagai relasi antar manusia—memakai istilah dari Hegel—sebagai tuan dan budak. Sementara dalam masa kapitalisme, relasi antar manusia menjadi setara dan bebas di hadapan hukum (pasar) karena manusia kini ditempatkan pada hubungannya dengan sang objek fetis.

Sejalan denganya, menurut Žižek mengutip dari Lacan, fetis muncul sebagai hasil dari pertemuan atas dua *lack*, yaitu *lack* subjek dan *lack Liyan* ketika berlabuh dalam *The Symbolic*. Dalam konsep fetis, Lacan membedakan antara objek yang dihasratkan oleh subjek dengan objek lain yang disebut sebagai objek *a*. Objek *a* ini memiliki dua fungsi. *Pertama,* sebagai objek penyebab hasrat (*object-cause of desire*) dan *kedua,* sebagai *object of the drive*, yaitu objek yang darinya subjek mendapatkan kenikmatan (*jouissance*). Fetis adalah contoh dari obyek *a.* Deminya represi diterobos agar subjek dapat lebih mengenali sumber real dari kenikmatannya sehingga subjek dapat memasuki mekanisme penyangkalan.

Hubungan antara objek *a*, subjek yang menghasrati, dan objek hasrat bisa dimisalkan melalui hubungan diantara *Habib*, masyarakat Muslim, dan majelis dakwahnya *Habib*. Sang *Habib* hanyalah individu yang mendukung masyarakat Muslim untuk mendapatkan apa yang diinginkannya. Namun dengan memposisikan dirinya pada bagian itu, *Habib* tersebut menjadi bagian dari struktur yang sedang berlangsung, dan menjadi penyebab hasrat. Ia menjadi objek penyebab hasrat (*object-cause of desire*) dan menjadi sumber kenikmatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat Muslim yang mengalami demam spritualitas, meski dirinya sendiri tidak dihasrati. Demikianlah sang *Habib* menempati fungsi objek *a*.

Si *Habib* tersebut adalah subjek yang menyerah mengejar hasratnya sendiri. Namun ia malah mendedikasikan dirinya untuk mendukung objek *a* dalam fungsinya sebagai penghalang hasrat. Ia memang menyerah mengejar hasratnya, namun ia tidak menghilangkan hasrat itu. Ia memindahkan hasratnya dengan menempati posisi sebagai *Habib* atau pendukung saja agar masyarakat Muslim dapat terus menghasrati majelis dakwahnya. Sang *Habib* adalah objek *a*, menempati peran sebagai objek fetis. Keterlibatan masyarakat Muslim dengan objek *a* ternyata menstabilkan libidinal dan menghasilkan kenikmatan bagi mereka.

Sementara masyarakat Muslim adalah subjek fetis yang tahu bahwa si *Habib* hanyalah seorang pendakwah yang tidak memiliki kekuatan apa-apa untuk menghentikan mereka mendapatkan apa yang dimauinya. Pengetahuan ini disebut sebagai pengakuan "i know that". Namun meski demikian "but even so", dan dengan alasan yang seringkali tidak jelas, masyarakat Muslim yang mengalami demam spritualitas tersebut tetap mengenali betapa pentingnya peran sang Habib. Sehingga mereka mencurahkan perhatiannya kepadanya. Tindakan ini adalah penyangkalan. Pengetahuan subjek (baca: masyarakat Muslim) dikhianati oleh pengetahuan yang bersifat kontras yang disandikan ke dalam fantasi dan akhirnya memberikan struktur atas tindakannya kemudian.

Jadi subjek fetis ini tidak membutuhkan tindakan represi. Tidak ada pengetahuan yang harus direpresi agar ia bisa mendapatkan kepuasan melalui

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

upaya pengejaran hasratnya. Namun subjek fetis mendapatkan kepuasannya melalui keterlibatannya dengan objek *a*. Subjek fetis seringkali disebut sebagai seksualitas yang menyimpang dalam arti ia tidak mengejar hasratnya sediri, dan anehnya malah mengejar sesuatu yang lain. Yang ia kejar adalah objek fetis yang berfungsi sebagai penghalang atau yang menunda subjek dapat mencapai hasratnya.

Jadi, masyarakat Muslim yang mengalami demam spritualitas ini telah menjadikan *Habib* sebagai objek fetis, dengan melebih-lebihkan mereka lantaran dianggap sebagai tali pengetahuan yang murni dari garis keturunan langsung dari nabi Muhammad. Walaupun begitu, dakwah *Habib* tersebut ternyata belum juga bisa mengobati masyarakat Muslim yang mengalami demam spritual. Disaat yang sama *Habib* tersebut justru menjadi alat bagi masyarakat Muslim untuk mempertahankan kenikmatan mereka. Dengan demikian, pada akhirnya ekspresi Islam hari ini menunjukkan suatu gejala fetisisme dengan menganggap bahwa *Habib* dengan seperangkat simbol-simbol yang melekat pada dirinya merupakan representasi atas kesalehan. Sebuah mitos baru telah lahir dalam wacana hari ini, bahwa kesalehan bisa diukur lewat benda atau atribut yang dipakainya. Akibatnya proses dakwah yang berbaur dengan pasar pun menjadi kenikmatan tersendiri bagi masyarakat Muslim untuk dikonsumsi. Kapitalisme memang cerdas menyusun kerangka ini melalui potensi yang dimiliki masyarakat, yaitu potensi konsumsi dan kegelisahan spiritualitas pada saat yang sama. Absurditas dalam semesta kapitalisme ini memang tidak kita sadari sebagai sebuah ideologi sebab kita menerimanya secara wajar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id